媒体融合新闻差异化传播研究

摘 要：随着互联网的不断发展，媒体融合已经成为今后发展的必然方向。媒体融合新闻差异化传播，不仅要从新闻生产模式、新闻内容服务和个性化定制上提高新闻在舆论中的影响力，还需要应用大数据分析手段以及根据新媒体平台差异来推动。媒体融合新闻传播是我国未来在复杂的国际舆论形式下对我国自身的宣传引导的重中之重，是我国新闻出版事业未来最重要的战略目标。

关键词：媒体融合；差异化传播；研究

中图分类号：G206 文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）12-046-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.011

本文著录格式：朱浙青 . 媒体融合新闻差异化传播研究 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：46-48.

文 / 朱浙青

前言

随着我国新媒体的不断发展，媒介融合渐渐地被媒体融合所取代。媒介融合重视的是传播途径的融合，各种传播媒介呈现一体化，多功能化发展，产生某种新的传播技术。而媒体融合强调的是从内容产业到信息消费的融合发展，集中处理，进而演变成为一种独具个性的，内容更加准确的媒体传播，这是未来新媒体发展的必然途径。从我国目前的社会现状来看，媒体融合已经使人们能够从 APP 软件等多种途径快速地了解信息，实现日常休闲，生活社交，以及各种工作活动等不同需求。媒体融合是以互联网为基础的传统媒体领域发展进步的一个重要阶段，其中，媒体融合的核心是包含各个环节的融合，包括运营商、新闻生产者、信息传播的途径、渠道以及用户等，使媒体与媒体之间、媒体内部门与部门之间，不同的地区之间或者不同国家的媒体都能够进一步扩展的一种发展模式。

但是，互联网发展是以现实社会为基础的，它依托于现实社会，却无法替代现实社会，所以，媒体融合的核心还需要依赖现实的社会空间，并以其为平台进行扩展与发展。因此，要着重提升在现实社会空间中媒体融合的交互传播能力。强调媒体融合在信息传播过程中的差异化原则。差异意味着原创，意味着创新，意味着具有自己独有的特色，是以未来依附于互联网为平台的新媒体。

1. 媒体融合新闻差异化传播的意义

在现代媒体行业中，媒体融合已经不再是媒体自身的发展问题，而是上升到国家战略层面的重大事情，不仅仅是关于媒体从业者的未来职业规划的转变，还包括了整个媒体未来的发展方向，以及国家在社会舆论的变化，甚至是国家在整个国际环境中的媒体形象，以及一种舆论软实力。现在，我国在国际中的影响力越来越大，网络平台已经成为舆论斗争的主要阵地。从目前国际的舆论发展来看，媒体融合发展大致可以分为四个方面。

第一，以创建新型的传媒媒体集团为对象，这种新型的传媒媒集团更加注重传媒技术信息的传播渠道，资金的来源与使用，各种信息内容的创新生产等环节，将这些环节进行整合。这个方面可以使我国在未来复杂的国际舆论战场中起到一定的引领作用，增强我国在国际舆论中的话语权。作为这一种新型的传媒集团，除了要保障自身正常的运营之外，更加重要的是要在内容差异化的创新与传播之中体现出自身绝对的优势，而不能像传统媒体一样，在各个环节中都出现趋同的情况。

第二，加强对传媒行业以及传媒产业中的运营模式的关注，加强在互联网这个媒体传播平台上对媒体自身进行一个定位宣传，吸引客户关注，并且在依托互联网数据处理技术的基础上，对客户进行个性化的、有针对性的媒体内容的投放，并将实体传媒媒体与网络传媒媒体进行一定的整合，使实体传媒能与网络传媒共同实现发展利益的最优情况。这种将实体与网络整合进行推广的模式，能够将利益利润分解到各个不同的流通环节当中，使媒体自身的传播速度得到了加快，并且在潜移默化中改变了人们通常的消费模式。

第三，以新兴的媒体，尤其是以自媒体为主要的关注对象，主张在新媒体传播的方式，内容的审核，信息

的接收等方面采取全新的，与传统媒体不同的可互动方式，而从社会大众的表达意愿来看，新媒体更能够满足消费者个性化的定制需求。同时，新媒体加强了人与人之间的交互程度，在新媒体上发布信息的人更容易被其他人所关注，信息的传播也更加迅速，并且通过分析发现，大众在新媒体上对与政治有关的新闻关注度相对较低，而对日常生活以及娱乐八卦的关注度较为高，形成了一种不谈政事的娱乐氛围。

第四，以传统媒体，尤其是官媒为主要的关注对象，主张使这些传统的官媒以及媒体吸收新兴的信息传播手段，从而创建一个新的信息传播交流平台，使传统媒体与手机 APP 移动端能够形成一体化信息交流平台。这是改善传统以纸为媒介的传播渠道，扩大传统媒体的传播范围及传播速度，从而实现传统媒体在现代社会上影响力增大的必然选择趋势。

但是，媒体融合并不是要将所有的媒体都进行融合整合，而是在新的传媒环境中，引导传媒媒体进行一定的转化发展，为其转化发展提供一定的方向与目标。也就是说，媒体融合后，媒体并不是要完全的统一，而是应该存在一定差异化，这是媒体进行融合发展的前提与基础条件。因此，媒体融合新闻差异化传播，不再单单是指媒体在传播渠道上的差异，也不是指媒体在对自己定位以及功能选择上的差异，而应该是指新闻内容生产与新闻传播扩散渠道的融合创新，是指媒体信息原创与价值的创新，是信息源头所在地与其自身存在的特点，所以媒体融合新闻差异化传播仍以创新为核心。

2. 媒体融合新闻差异化传播产生的原因

近年来，媒体融合新闻发展的方向主要包括四个：第一，传统的以纸为主要媒介的新闻传播媒体向以互联网为平台的信息传播媒体进行转变；第二，新推出的手机 APP 客户端的新型媒体；第三，电脑上的新兴媒体网站；第四，在一些社交 APP 中推送相关的新闻。从新闻的载体来看，有文字新闻、音频新闻、还有图片新闻四个大类，而在实际的媒体传播过程中，这四种新闻类型有交叉，有关联，但也有其不同之处。在媒体融合过程中，能够有效地提升媒体新闻的利用效率，让这些媒体新闻的价值能够得到最大化使用。媒体融合新闻差异化传播，最主要的作用就是开发和利用新闻媒体资源，让这些资源能够成为推动国家进一步国际化发展的推动力。

而在新旧媒体度过了现在快速发展的时期之后，为个人进行个性化定制，是未来媒体资源的生产必要条件。而媒体融合的发展进程加快了以媒体新闻生产为主要的信息消费时代，它打破了原来媒体自己独立运行的老旧的渠道运营模式，并且在这个过程中加入了一些现代科技背景下的数字模拟仿真技术，一些具有很强数据化的数字和成像技术，在这些技术的辅助下，不仅实现了数字传播，内容有效进行视觉、听觉、触觉全方位结合呈现的逼真效果，还有效拓宽了传播的媒介程序形式。因此，在这些科技化的辅助下，我们可以有效地对未来的信息传播模式进行预测，在未来的发展方式下，具有科技化结合形式的传播形式将会对文化观念、人类文化大众化等新型的文化构建内容产生较大的影响。除此之外，新闻支援作为我国纳入战略支援类型的一种有效形式，想要有效地在社会信息化不断向前改革发展情况下，对传统媒体以及新兴媒体的融合途径进行有效探究，就需要在科技化的背景下充分对一些新型的网络技术以及有效科技进行高效利用，并且创新传统媒体的传播方式，使传统媒体能够以更加新颖且科技性较强的方式进行有效的媒体内容传播，对后期新时代发展方向下的传播制高点进行有效占据。

在信息化时代的社会背景下，越来越多的社会群众以及社会力量更加关注新闻传播过程中的价值属性。在这样的引导下，使得新闻媒体的价值以及知识变成了一种更为稀缺的资源，而新闻机构以及新闻传播者作为进行新闻活动创设以及新闻传播的主体，在传统方式上进行新闻的媒体传播，借助这些主体对受众进行一定的新闻消息传送，而结合这样的传授方式进行分析可以发现，对于当前最主要对新闻内容进行接收的群体来说，他们进行的新闻消息接收方式往往是较为被动的。但在时代不断发展以及科技不断进步的情况下，越来越多的新闻接收者开始意识觉醒，并且更加注重于主动地对一些新闻内容进行寻找，对于大多数新闻受众来说，他们已经不再满足于传统方式下对新闻进行无差别接收的形式，而是更加寻求一种个性化、差异化的新闻接收模式，对新闻内容进行有效探寻。因此，在后期的媒体融合方向上，将更加追求在结合新闻事实客观性的基础上，以更加差异化，以及创意化的形式对新闻内容进行传播。

3. 媒体融合新闻差异化传播策略

在时代变化的背景下对媒体融合板块中的新闻进行差异化传播，不仅要采用非同质化的差异传播方式，还要有效地借助平台的力量。

第一，新闻的差异化传播所最需要重视的一个点就

是进行自我的内容定制化生产，在科技背景下，通过有效进行大数据分析，就能够对自身媒体所面对的观众需求进行有效获取，并且在云计算科技手段的辅助下，在较短的时间内能够对所获取到的信息进行有效处理，整合短时间内对受众所真正需要的新闻内容以及所想要接收的差异化新闻形式进行有效推断，从而有效地帮助媒体传播者以及媒体生产者更有针对性地进行相应新闻内容的采集，以及差异化传播。

第二，从媒体内发布的媒体新内容为媒体提供媒体新闻内容服务的转变。生活中社会类媒体新闻经常被看作是一种较为严肃的媒体信息发布平台，但传播媒体只能够注意到自己在传导媒体新闻时的重要地位，无法有效地了解自己传播新闻的传达效果，这就是因为所处的平台不同而导致的一定的差异性。但是，媒体融合后进行新闻发布的平台，其与传统的媒体新闻发布平台有所不同，具有一定的交互性、及时性特征，更加强调了媒体传播时的个性化服务功能。融合媒体所发布的内容，越来越注重满足人们的需求，包括使内容更加有趣，加强媒体新闻内容的叙述形式，并且改造人们现在空虚的精神世界，这样才能使媒体新闻内容重新变得深刻起来。

第三，运用大数据进行分析，为客户进行个性化定制的内容推送，满足不同客户的不同需求。用大数据进行分析之后，媒体就能更有目的性地为客户进行相关媒体内容的推送，并且由于现在的用户越来越注重自身的个性化需求，而大数据分析能够满足不同客户的不同需求，且保证了一定的创新性。大数据分析在加入内容推送的过程中，加速了内容推送的智能化以及自动化。总而言之，用了大数据分析手段之后，融合媒体能够使不同客户所需要的个性化定制内容，制订过程更加快速，让用户可以对自己感兴趣的媒体新闻内容进行了解评论以及转发，避免用户收到过多的无用信息。

第四，媒体融合平台进行普通新闻类型的差异化新闻推送传播。媒体融合平台作为国家战略平台，应该应用自身先进的传播手段，融合多媒体渠道且能够提供精准化定制内容的模式优势，将国家主流的声音更好地进行推送传达。虽然现在许多传统的媒体已经向新媒体进行转型，许多传统媒体在新媒体上进行传播推送的内容远比实体媒体信息量少，难以真正对网络信息进行改变，建立与互联网为基础的互联网平台。因此，在现在这个重视用户个性化需求的时代，需要让新闻更好地进入用户的日常生活当中，并在为用户提供优质化服务的时候获得一定的经济价值。所以，媒体融合新闻差异化传播并不是针对用户的不同需求，而是针对互联网上具有一定差异化的互联网社群。

结语

从国家战略层面来讲，媒体融合新闻差异化传播贴合全球媒体传播技术的发展方向，是我们国家媒体新闻传播体系和方法上一种新的突破，是我国媒体新闻出版事业发展和进步的重要方向。从媒体自身来讲，媒体融合新闻差异化传播能够改变原来媒体单独进行新闻内容生产发布的情况，加强了经济效益的获取。而从媒体融合新闻差异化传播的运行上看，其采用了大数据的分析手段，能有效发掘媒体新闻的内涵，进行个性化的、有目的性的内容推送，有效避免用户收到一些无用的、不感兴趣的信息内容。媒体融合新闻差异化传播是我国未来媒体新闻传播的方向。媒

参考文献

[1] 胡正荣 . 媒体融合中存在的五大问题 [J]. 青年记者，2019（27）.

[2] 田龙过，张诚 . 略论媒体融合环境下影视传播的发展对策 [J]. 新闻研究导刊，2019（19）.

[3] 刘晗 . 共生理论视角下的“媒体融合”问题探析 [J]. 新闻研究导刊，2019（19）.

[4] 范懿 . 全媒体融合——传统媒体的时代转型 [J]. 新闻研究导刊，2019（19）.

[5] 田骄 . 媒体融合战略的哲学特征 [J]. 传播力研究，2019（30）.

[6] 陈玲 . 紧跟时代变革推进媒体融合向纵深发展——论媒体纵深融合的决定性因素与智媒传播 [J]. 今传媒，2019（11）.

（**作者单位：**浙江省金华广播电视总台）